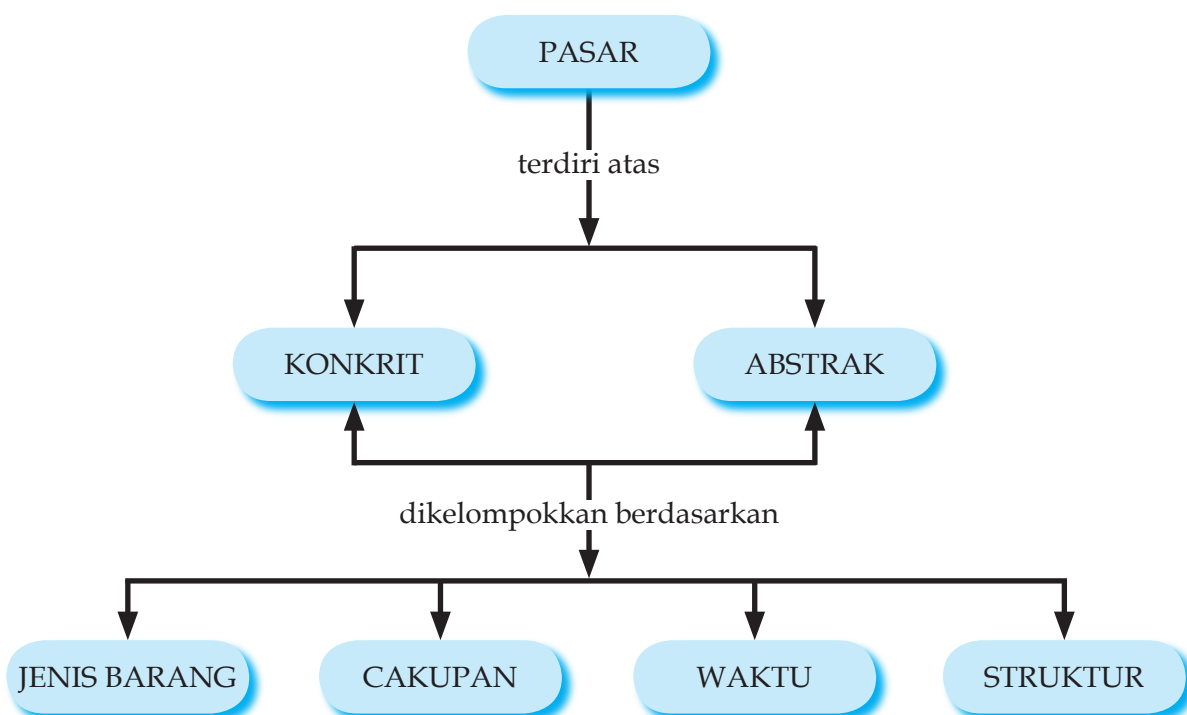


BAB VIII

BENTUK-BENTUK PASAR

Setelah mempelajari bab ini, diharapkan siswa memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan bentuk-bentuk pasar dalam kegiatan ekonomi masyarakat.

PETAKONSEP



Kata Kunci pasar monopoli, pasar monopsoni, pasar persaingan sempurna, pasar persaingan monopolistik

Hampir bisa dipastikan kalau kalian pernah ke pasar. Mungkin diajak orangtuamu berbelanja sayur mayur dan kebutuhan hidup sehari-hari. Mungkin juga kalian pergi sendirian. Bisa jadi kalian akan membeli sesuatu, tetapi bisa jadi kalian hanya akan bermain-main saja. Apakah kalian juga pernah mendengar ada “pasar kaget”, “pasar tiban”, pasar terapung”, “pasar senggol”, “pasar tumpah”? Kalau pasar malam jelas semua tahu.

Pasar ternyata dapat di berdasarkan sifat atau ciri-ciri tertentu. Berikut ini kita akan menjelajahi dan melihat berbagai jenis atau bentuk pasar. Tentu saja dengan kaca mata ekonomi.

A. PENGERTIAN PASAR

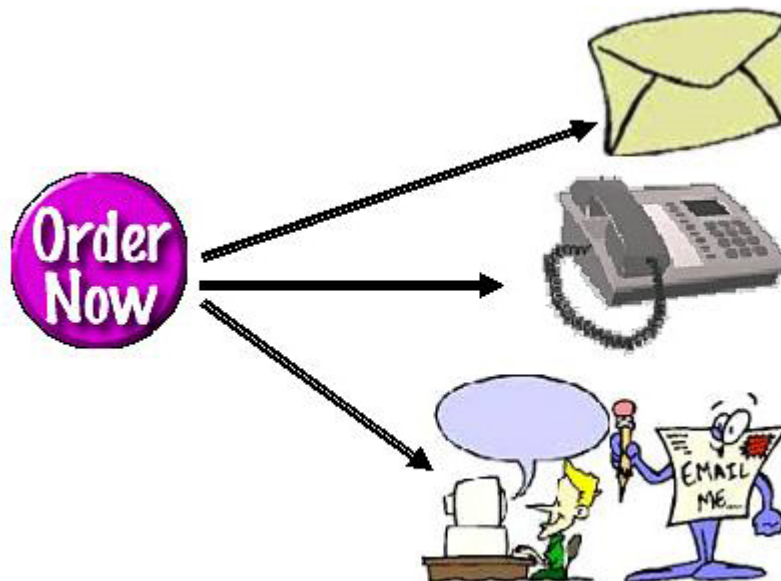
Dari pengalaman sehari-hari, kalian pasti mengetahui bahwa pasar itu berarti tempat untuk jual beli barang-barang kebutuhan hidup sehari-hari. Di pasar, ada banyak penjual dan pembeli. Di pasar juga bisa kita lihat ada berbagai macam barang yang ditawarkan atau dibeli oleh konsumen. Di pasar orang melakukan transaksi dengan membayar secara tunai. Artinya, banyak konsumen atau pembeli datang ke pasar untuk berbelanja dengan membawa uang tunai. Inilah pasar dalam arti asli atau konkrit seperti yang nampak pada gambar di bawah ini.



Gambar 8.1 Penjual tomat tradisional dan modern. Keduanya adalah pasar dalam arti asli atau konkrit disebut? (Sumber: dokumentasi pribadi dan www.fullvmarket.com)

Pada gambar 8.1. nampak penjual sedang menawarkan buah-buahan dan pembeli yang sedang menawar atau memilih barang tersebut untuk dibeli. Disebut konkrit karena secara fisik pasar itu tampak atau ada. Begitu pula dengan barang-barang yang diperjualbelikan. Bahkan antara pembeli dan penjual bertemu muka dalam peristiwa jual beli tersebut. Istilah “pasar kaget”, “pasar tiban”, pasar terapung”, “pasar senggol”, “pasar tumpah”, hanyalah sekadar sebutan atau istilah yang diberikan oleh masyarakat setempat untuk menunjukkan pasar dalam arti konkrit ini.

Dengan adanya kemajuan dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi, transaksi jual beli barang atau jasa dapat dilakukan melalui surat, telepon maupun jaringan internet seperti gambar berikut.



Gambar 8.2 Transaksi jual beli (pasar) dapat dilakukan dengan menggunakan surat biasa dan internet.

Gambar 8.2 menunjukkan sarana yang dapat dipakai untuk melakukan transaksi jual beli. Berbagai komoditas atau barang dagangan dapat diperjual-belikan melalui sarana-sarana tersebut.

Pada transaksi ini penjual dan pembeli tidak berinteraksi langsung atau tatap muka. Dalam transaksi ini barang dagangan juga tidak harus berada di hadapan penjual dan pembeli. Pembayaran pun dapat dilakukan melalui berbagai cara. Contoh lain dapat dilihat pada gambar berikut ini.



Gambar 8.3 Memesan barang (kaos) di toko (boutique) lewat internet.

Gambar di atas memperlihatkan seseorang sedang memilih pakaian (kaos) di Boutique (toko yang menjual pakaian) melalui jaringan internet. Setelah cocok dengan bentuk dan harganya, orang itu melakukan pembayaran ke rekening si penjual lewat transfer bank atau pembayaran lewat internet juga. Setelah itu kaos dikirim ke alamat rumah pembeli. Inilah yang disebut pasar abstrak.

Dalam ilmu ekonomi kita bicara tentang pasar kalau ada :

- suatu pertemuan
- orang yang mau menjual
- orang yang mau membeli
- suatu barang dan jasa tertentu
- dengan harga tertentu.

Tugas 8.1

Setelah kalian membaca penjelasan tentang pasar, coba sekarang carilah contoh dan jelaskan transaksi yang terjadi di pasar abstrak yang ada di sekitar tempat tinggalmu.

B. BENTUK-BENTUK PASAR

Berikut ini adalah perbedaan bentuk atau jenis pasar menurut kategori atau ciri-ciri tertentu.

1. Menurut Jenis Barang yang Diperjualbelikan

a. Pasar Barang Konsumsi

Pasar barang konsumsi memiliki ciri barang yang diperjualbelikan adalah barang-barang siap pakai atau barang jadi seperti makanan, minuman, pakaian, sepeda, radio, TV, dan barang-barang kebutuhan hidup lainnya. Pasar seperti ini sangat diperlukan oleh produsen untuk menjual hasil produksinya. Contoh pasar barang konsumsi adalah pasar swalayan yang menjual aneka kebutuhan pokok.



Gambar 8.4 Pasar barang konsumsitidak hanya berarti menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari, melainkan lebih luas daripada yang nampak pada gambar di atas. (Sumber: www.plasmamaxsupermarket.com)

b. Pasar Faktor Produksi

Pasar faktor produksi memiliki ciri barang yang diperjual belikan berupa sumber daya yang berguna bagi kelancaran proses produksi, seperti tenaga kerja dan modal. Contoh dari pasar faktor produksi adalah pasar tenaga kerja atau pasar modal.

2. Menurut Luas Kegiatan Distribusi

a. Pasar Lokal (Setempat)

Hampir di setiap kota memiliki “pasar besar”. Nama pasar besar biasanya mengikuti nama kota yang bersangkutan. Misalnya: Pasar Besar Surabaya, Pasar Besar Yogyakarta, dan Pasar Besar Medan. Di samping pasar besar masih ada pasar yang lebih kecil dengan nama mengikuti tempat pasar itu berada. Di Surabaya misalnya, terdapat pasar Wonokromo yang letaknya di jalan Wonokromo. Barang-barang yang diperdagangkan biasanya barang-barang keperluan hidup sehari-hari.



Gambar 8.5 Pasar lokal di Thailand. (Sumber: www.thaimarket.com)

b. Pasar Daerah

Sesuai dengan namanya, pasar daerah merupakan pasar yang berada di kota-kota kabupaten, kotamadya, atau propinsi. Pasar daerah berlaku dalam suatu daerah tertentu, misalnya pasar tembakau Besuki, pasar kopra Sulawesi, pasar cabai Lampung. Informasi tentang harga barang yang diperjualbelikan (misalnya sayuran) biasanya disampaikan secara harian kepada masyarakat melalui media penyiaran seperti radio (RRI).



Gambar 8.6 Sebuah pasar di dekat cani Sri Mariamman Johor Bahru Malaysia yang menyediakan aneka kebutuhan khusus ibadah untuk warga India. (Sumber: www.deepavmarket.com)

c. Pasar Nasional

Pasar nasional dapat disebut sebagai pasar negara karena berlakunya harga dalam suatu negara tertentu atau berlaku secara nasional. Contoh : pasar kopi Brazil, pasar karet Indonesia, pasar bunga tulip Belanda. Harga barang-barang yang diperdagangkan dalam pasar tersebut berlaku secara nasional bagi negara yang bersangkutan.

d. Pasar Internasional

Pasar dengan ciri barang-barang yang diperdagangkan melewati batas suatu negara dinamakan pasar internasional. Dalam pasar internasional, harga berlaku secara internasional, atau istilah yang sekarang sering dipakai harga berlaku secara global. Contoh pasar internasional adalah pasar tembakau di Bremen (Jerman), pasar karet di Singapura, pasar wol di Sidney (Australia).

3. Menurut waktu terjadinya

a. Pasar harian

Pasar yang buka setiap hari dan memperjualbelikan barang kebutuhan hidup dinamakan pasar harian. Contoh : pasar tradisional, pasar swalayan.

b. Pasar mingguan

Pasar yang buka atau diadakan seminggu sekali dinamakan pasar mingguan. Contoh : pasar pon, pasar wage, pasar kliwon.

c. Pasar bulanan

Pasar yang diadakan setiap sebulan sekali dinamakan pasar bulanan. Contoh: bazaar dan arena promosi.

d. Pasar tahunan

Sesuai dengan namanya, pasar ini diselenggarakan hanya setahun sekali. Contoh: Pekan Raya Jakarta.



Gambar 8.7 Pasar ini jelas pasar konkrit. Tetapi bisa juga termasuk pasar lokal, sekaligus pasar barang konsumsi. Apakah bisa digolongkan sebagai pasar harian? Bisa. Mingguan? Bisa. Bulanan? Bisa saja. Jadi, apa kesimpulanmu? (Sumber: dokumentasi pribadi)

4. Menurut bentuk atau strukturnya

a. Pasar persaingan sempurna

Pasar persaingan sempurna memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- (1) terdapat banyak pembeli dan penjual sehingga secara perseorangan pembeli/penjual tidak dapat mempengaruhi harga pasar,
- (2) penjual dan pembeli mengetahui benar keadaan pasar,
- (3) barang yang diperdagangkan homogen sehingga dapat saling menggantikan secara sempurna
- (4) pembeli dan penjual bebas keluar masuk dalam melakukan transaksi di pasar.

Bentuk pasar persaingan sempurna semacam itu hanya ada dalam teori saja, sedangkan dalam kenyataannya tidak pernah terjadi karena tidak akan ada barang yang dapat saling menggantikan secara sempurna. Selain itu barang-barang yang diperdagangkan di pasar selalu berbeda, mungkin karena merk, bentuk, letak, maupun harga. Jumlah pembeli dan penjual juga tertentu jumlahnya karena mereka mempunyai langganan sendiri.



Gambar 8.8 Pada gambar di atas konsumen kebingungan memilih barang-barang yang nampak sama atau homogen. Jenis barang memang bisa sama, akan tetapi merk, bentuk, kemasan, kualitas, dan harga berbeda satu sama lain. (Sumber: www.oukosher.com)

b. Pasar persaingan tidak sempurna

Pasar persaingan tidak sempurna merupakan pasar dengan ciri para penjual atau pembeli dapat mempengaruhi harga karena jumlah barang yang ditawarkan atau dibeli cukup banyak dan sifat barang yang ditawarkan berbeda dengan penjual lain.

Bentuk-bentuk pasar persaingan tidak sempurna adalah sebagai berikut:

1) Pasar monopoli dan monopsoni

Monopoli berarti penjual tunggal, dengan demikian pasar monopoli merupakan pasar yang dikuasai atau dilayani oleh satu penjual. Sementara itu monopsoni berarti pembeli tunggal sehingga pasar monopsoni merupakan pasar yang dikuasai oleh satu pembeli. Karena dalam pasar monopoli hanya terdapat satu penjual, maka perusahaan

menguasai harga. Perusahaan mampu menaikkan maupun menurunkan tingkat harga dengan cara menambah atau mengurangi jumlah barang yang diperjual belikan.

Di Indonesia monopoli hanya diizinkan bagi perusahaan-perusahaan negara yang menyediakan barang untuk keperluan hajat hidup orang banyak seperti: telepon, air, gas, pengangkutan kereta api dan udara, komunikasi dan pertahanan keamanan. Sementara itu, untuk pasar monopsoni di kalangan konsumen jarang dijumpai. Tetapi di kalangan produsen atau pembeli faktor-faktor produksi, pengusaha monopsoni ini agak banyak. Contoh: cengkeh ketika diurus oleh BPPC pada masa Orde Baru. Perusahaan monopsoni dapat mempengaruhi harga dengan cara menaikkan atau menurunkan jumlah faktor produksi yang ia beli.

2) Pasar oligopoli dan oligopsoni

Pasar Oligopoli merupakan pasar yang dikuasai oleh beberapa penjual (produsen). Jika pasar hanya dikuasai oleh dua penjual (produsen) maka disebut pasar duopoli. Biasanya pada pasar oligopoli terdapat dua atau lebih penjual (produsen) besar yang menguasai sebagian besar pasar. Jika salah satu perusahaan besar melakukan perubahan harga, perusahaan besar lainnya dapat terpengaruh. Contohnya di Indonesia adalah operator seluler. Coba hitung berapa operator seluler yang ada di Indonesia selain Telkomsel dan Indosat?

Sementara itu, pasar oligopsoni merupakan pasar yang dikuasai oleh beberapa pembeli yang mempunyai kemampuan mempengaruhi harga pasar. Contohnya adalah pembeli coklat (kakao) yang dilakukan oleh satu asosiasi pembeli kakao yaitu ASKINDO (Asosiasi Kakao Indonesia).

3) Pasar persaingan monopolistik

Pasar persaingan monopolistik merupakan bentuk perpaduan antara pasar persaingan sempurna dengan pasar monopoli. Pasar persaingan monopolistik mengandung ciri kedua pasar tersebut, yaitu adanya unsur persaingan dan monopoli. Dikatakan ada persaingan, karena diantara mereka saling bersaing terhadap barang yang sama yang mereka jual. Contoh: pabrik rokok Gudang Garam bersaing dengan pabrik rokok Djarum atau Bentoel. Disamping itu mereka juga memiliki unsur monopoli terhadap barangnya sendiri. Rokok Gudang Garam dimonopoli oleh pabrik rokok Gudang Garam sendiri. Jenis barangnya sama-sama rokok, tetapi berbeda karena adanya merk, rasa dan kemasan. Secara lebih rinci pasar persaingan monopolistik memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- Para penjual dapat lebih leluasa dalam menetapkan baik harga maupun jumlah barang yang akan dijual.
- Jumlah pembeli dan penjual cukup banyak, sehingga masing-masing perusahaan masih mempunyai pengaruh atas harga meskipun tidak besar.
- Barang-barang yang diperjual belikan tidak benar-benar homogen melainkan ada perbedaan, meskipun hanya beda dalam merk, bentuk, warna, mutu dan ukuran.

Contoh pasar persaingan monopolistik adalah: motor Yamaha, Honda, Kawasaki, dan Suzuki diproduksi oleh produsen yang berbeda walaupun kegunaannya sama.

- Persaingan promosi penjualan yang kuat.

Penjual dalam pasar persaingan monopolistik memerlukan kejelian dan keuletan untuk mempromosikan barangnya secara gencar dan terus-menerus, tentang mutu dan desain barang agar dapat menarik konsumen. Misalnya promosi antar perusahaan rokok atau mobil.



Gambar 8.9 Dalam pasar persaingan monolistik, para produsen barang-barang yang memiliki kesamaan ciri-ciri saling bersaing termasuk dalam hal promosi atau iklan. Gambar di atas adalah satu wujud iklan mobil. (Sumber: www.ateimage.wordpress.com)

Pada saat ini hampir semua pasar yang ada di masyarakat kita merupakan pasar persaingan monopolistik, bahkan tingkat persaingan dari pasar tersebut sudah sampai ke dunia internasional.

Tugas 8.2

Setelah kalian memahami materi tentang bentuk-bentuk pasar, sekarang bentuklah kelompok minimal tiga orang dan maksimal lima orang yang tempat tinggalnya berdekatan! Selidiki pasar-pasar yang ada di sekitar kalian, kemudian tuliskan jenis-jenis pasar tersebut berdasarkan:

1. Barang yang dijual
2. Sifat pasar
3. Luas kegiatan distribusi
4. Struktur pasar

Jawaban hasil diskusi diserahkan kepada guru mata pelajaran ini!

C. KEGUNAAN PASAR BAGI KEGIATAN EKONOMI MASYARAKAT

Dalam pasar konkrit barang yang diperdagangkan tersedia di pasar, sehingga pembeli dapat secara langsung memilih barang yang ia sukai dan secara langsung dapat membeli

barang tersebut untuk memenuhi kebutuhannya. Oleh karena itu, pasar konkret mempunyai banyak kegunaan dalam kegiatan ekonomi masyarakat, antara lain dapat digunakan untuk:

1. Menyalurkan barang yang dihasilkan oleh produsen. Pasar konkret akan mendistribusikan hasil produksi para produsen ke konsumen. Di pasar konkret produsen menawarkan barang dan konsumen akan membeli barang sesuai dengan tingkat pendapatan dan kebutuhannya.
2. Sebagai tempat transaksi jual beli barang maupun jasa yang dihasilkan masyarakat.
3. Membantu menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat.
4. Membantu meningkatkan pendapatan masyarakat.

Rangkuman

Pasar aslinya merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli. Inilah pasar dalam arti konkret. Namun seiring dengan kemajuan zaman, tempat sudah bukan lagi faktor yang penting. Transaksi jualbeli barang dapat dilakukan di mana saja, seperti di jalan, rumah, hotel, ataupun kantor. Caranya bisa lewat surat, telepon, maupun jaringan internet.

Dalam ilmu ekonomi, inilah pengertian pasar yang lebih penting. Adapun bentuk-bentuk pasar dapat dibedakan berdasarkan ciri yang melekat pada suatu pasar. Ada yang dibedakan berdasarkan luas cakupannya, ada yang dibedakan berdasarkan jenis barang yang diperjual-belikan, dan ada yang berdasarkan jenis waktu terjadinya. Namun di atas itu semua yang paling penting adalah pembedaan menurut bentuk atau strukturnya. Di sini pasar dibedakan menjadi tiga yakni pasar persaingan sempurna, pasar monopolistik, dan pasar persaingan monopolistik.

Latihan

A. Lengkapi pernyataan di bawah ini dengan mengisi titik-titik yang ada, sehingga menjadi pernyataan yang benar.

1. Dalam ilmu ekonomi, yang dimaksud dengan pasar adalah
2. Operator seluler adalah salah satu contoh pasar
3. Dalam kenyataan, yang namanya pasar persaingan sempurna itu ...
4. Salah satu kegunaan pasar bagi kegiatan ekonomi adalah
5. Salah satu ciri pasar persaingan monopolistik adalah ...

B. Pilihlah salah satu jawaban yang kamu anggap paling benar, dengan cara melingkari huruf di depan alternatif jawaban yang tersedia.

1. Salah satu ciri yang menonjol dalam pasar konkret adalah :
 - a. Penjual dan pembeli berkontak langsung
 - b. Tidak memerlukan tempat khusus
 - c. Transaksi bisa lewat Internet
 - d. Harga dapat berubah-ubah setiap waktu

2. Berikut ini adalah kegunaan atau manfaat dari keberadaan sebuah pasar, kecuali
 - a. Menciptakan lapangan pekerjaan
 - b. Menyalurkan barang yang dihasilkan oleh produsen
 - c. Tempat belajar IPS bagi para siswa
 - d. Tempat transaksi jual beli barang dan jasa
3. Bentuk pasar yang memiliki ciri-ciri pasar persaingan sempurna dan pasar monopolistik adalah :
 - a. Pasar monopolistik sempurna
 - b. Pasar persaingan monopolistik
 - c. Pasar oligopoli
 - d. Pasar persaingan oligopoli
4. Barang-barang yang diperjual-belikan tidak benar-benar homogen, melainkan ada perbedaan. Ini adalah salah satu ciri dari pasar :
 - a. Persaingan sempurna
 - b. Persaingan monopolistik
 - c. Monopoli
 - d. Oligopoli
5. Di bawah ini adalah ciri-ciri pasar persaingan sempurna, kecuali :
 - a. Terdapat banyak penjual dan pembeli
 - b. Barang yang dipardagangkan homogen
 - c. Pembeli dan penjual bebas keluar masuk dalam bertransaksi
 - d. Penjual dapat lebih leluasa dalam menetapkan harga maupun jumlah barang

C. Jawablah pertanyaan berikut ini dengan ringkas tetapi jelas.

1. Jelaskan definisi atau pengertian tentang pasar.
2. Jelaskan perbedaan utama antara pasar kongkrit dan pasar abstrak ! Masing-masing berikan contoh.
3. Sebutkan ciri-ciri pasar persaingan monopolistik.
4. Bahan bakar Minyak (BBM) yang dikelola oleh Pertamina termasuk dalam pasar apa ? Jelaskan.
5. Apakah antara sabun, rokok dan sikat gigi dapat juga saling bersaing ? Jelaskan jawaban anda.
6. Dapatkan seorang penjual dalam pasar persaingan monopolistik menetapkan harga sendiri.
7. Jelaskan perbedaan antara oligopoly dan oligopsoni. Masing-masing berikan contoh.

Refleksi

Perhatikan gambar 8.4 dan pertanyaan-pertanyaan yang tercantum di bawahnya. Buatlah catatan di dalam buku tulismu kesimpulan apa yang dapat ditarik dari keterangan gambar tersebut.